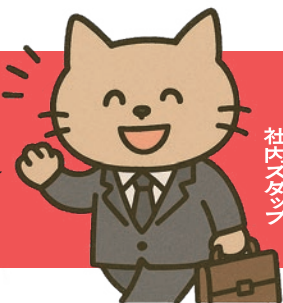


他社の失敗から学ぶ、制作あるある

パンフレットやWEBサイトの制作方法で、最近増えてきたのが「社内スタッフが制作」するケース。

安くてお手軽と簡単に考え、**大失敗する事業者が急増中！**
どんな落とし穴があるのか、よくある例を見てみましょう。

本来は
本職だ
けど、
が事
務ば
るぞ！



社内スタッフ

1日目

上長からパンフレット発注の仕事を頼まれた

STEP.1

まずは **制作会社探し** と **見積依頼**

1週間後

上長に「見積金額が高い、YOU作っちゃいなよ?」と言われる。

A 社内スタッフが制作する

STEP.2

無料のテンプレートサービスを探す

サービスを探し、自分でも作れそうな、
デザインテンプレートを選ぶ。

上長に「妥当な見積金額だな、プロに依頼しなよ」と言われる。

B DESIGN GETに依頼する

デザインゲット

STEP.2

DESIGN GETでテンプレートを選択

気に入ったデザインテンプレートを選び、
要望を伝え、原稿を渡し制作を依頼。

2週間後

STEP.3

自分で制作開始

やってはみたが、思ったよりも大変。
なんだかカッコ悪いダサイ。そもそも何が正解なのかわからない。
また、パンフレット作成に時間が取られてしまい
「本来の業務ができない」という最悪の事態に。…残業かな?
(この時点で、DESIGN GETに依頼されるケースが良くあります。)



本来の業務も
山積み!

STEP.3

プロが制作開始

プロが写真の補正、イメージ画像の提供、文字の読みやすさ、
レイアウトの工夫など、テクニックを用いて制作。
優れたデザインで目を引き、「見やすさ・解りやすさ」を追求。
初回デザインご提示まで最短1週間。



本来の業務の
合間に出来る!

3週間後

STEP.4

**「もしかしてテンプレが悪い?」と考え、
テンプレートを違うデザインに変えてみる**

心機一転、最初から制作をやり直してみる。(今までの手間が…)
うまくいかないのは、テンプレートのせい?
それとも自分のせい?(未経験者が出来ないのは当たり前です。)

STEP.4

**修正作業
→ デザイン完成**

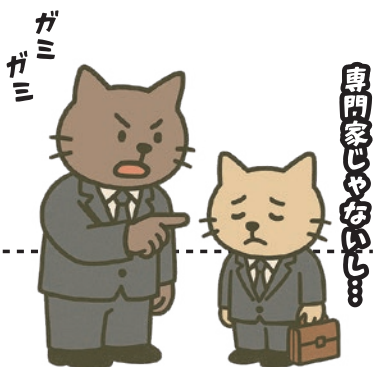
初回の提示→修正依頼→修正後の提示を行いほぼ完成に。
修正依頼は3回(箇所は無制限)まで料金に含まれる。
最後は、プロが行う誤字脱字のチェック。データ完成後、印刷会社に発注してもらう。

4週間後

STEP.5

とりあえず完成…しかし。

とりあえず完成し上長に見せるが、
「YOUこれでいいと思ってるの?」と反応はイマイチ。
社内での検討も紆余曲折でまとまらず。



専門家にやらせろ!

STEP.5

パンフレットが届く

印刷が完了し、指定の場所に届く。
テンプレートなのに思った以上にオリジナリティがあって大満足。
さっそく郵送や営業マンに持たせて配布開始。
完成まで社内スタッフは、原稿の準備と仕上りの確認、修正指示だけ。



印刷発注も任せて安心!

パンフレット完成!

6週間後

STEP.6

ようやくデザイン完成

あーだこーだと口を出す上長に
「もうこれ以上は出来ません」と妥協の末、ようやく完成。
いよいよ印刷発注へ。

反響、そして…課題の整理

お客様からの反響はまずまず。売上にも貢献。
しかし、営業マンから一部の掲載内容にリクエストの声も…。

7週間後

STEP.7

パンフレットが届く

多大な労力と時間を浪費し、完成品が手元に。
苦勞の甲斐あり、それなりに満足…と思ったら誤字が見つかる。
訂正シールで対応し、ようやく郵送や営業マンに持たせて配布開始。

パンフレット完成!



そー
で
き
な
い
よ
う
な
こ
と
!

11週間後

反響、そして…涙

お客様からの反響が…無い。
営業マンからは、「パンフレットの印象が、会社や商品のブランドの低下
につながっている」との声も…。もちろん売上の消失にも直結。
パンフレットは、**価格を抑えるために、素人が作るべきではなかった**ことに気づく。

NEXT
STEP!

**前回の改善点を修正し、増刷。
さらなる宣伝拡大へ**

初版の内容を見直し、パンフレットの質をブラッシュアップ!
DESIGN GETでは、制作データを保管しているので格安で修正可能!
また、WEBサイトへの掲載など、**データの2次利用も可能。**



さらに良いものが出来た!

**結果
総括**

内製したことにより、「得をした」と思っても、制作に
かかった**労力と人件費**はいくらでしょう?
さらに、本来の業務を**犠牲にした損失**は?
そして何より、アマチュアクオリティのパンフレットが与え
てしまう**ブランドの低下や、得られるはずだった利益の
消失**は?
上長「YOUやっぱり次はプロに頼もう」(…そりゃないよ)



もうや
だ!

パンフレットの価値は、**売上に貢献できるか**で決ま
ります。優れたパンフレットは、会社や商品のブラ
ンド力を高め、売上向上に直結します。
例え制作コストがかかっても、それを上回る広告効
果があれば、制作方法の選択は成功と言えます。
**制作コストと広告効果、このバランスを考慮した制
作方法選び、業者選びが重要になります。**



タイ
ムも
良し!